

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра периодической печати

ВОЛИЧЕНКО

Алексей Игоревич

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВОЙ МАРКИ В
ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент А.И. Соловьев

Допущен к защите

«___» _____ 2015 г.

Зав. кафедрой периодической печати

кандидат филологических наук, доцент О.М. Самусевич

Минск, 2015

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа 60 с., 3 ч., 23 источника, 2 прил.

ПУБЛИКАЦИИ В СМИ, РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ, ПИАР, БРЕНД, ТОРГОВАЯ МАРКА, РЫБОЛОВНЫЕ СНАСТИ, TRAPER, SALMO, RS, СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА.

Новизна и соответственно актуальность исследования темы продвижения торговой марки в информационном пространстве Республики Беларусь обусловлена тем, что большинство обучающих пособий по маркетингу содержат советы, предназначенные в большей степени для работников торговли, основной упор в них делается на традиционные виды рекламы. Нас же интересует вопрос продвижения торговой марки с точки зрения журналистики, т.е. искусство склонить человека в пользу определённого бренда за счёт грамотно изготовленного, преподнесённого и логически обоснованного контента.

Кроме того, в связи с развитием информационных технологий, трансформируются и методики продвижения товаров. Соответственно литература 5-10-летней давности по некоторым аспектам оказывается уже устаревшей, некоторые советы нуждаются в пересмотре.

Объектом исследования выступают торговые марки, осуществляющие продажу своей продукции на территории Республики Беларусь. В частности, рассматривается опыт продвижения трёх брендов, занимающихся производством и оптовой продажей рыболовных снастей.

Предметом исследования являются различные технологии продвижения торговых марок в информационном пространстве Республики Беларусь.

Цель данной работы – изучить технологии эффективного продвижения торговой марки.

В качестве **методов исследования** использовались: системный метод, метод контент-анализа и абстрактно-логический метод.

Практическая значимость данного исследования определена тем, что его результаты способны внести вклад в совершенствование технологий продвижения торговой марки в информационном пространстве Республики Беларусь.

Также определенный интерес материалы данной работы могут представлять для преподавателей и студентов факультета журналистики.

В **результате** исследования был проведен теоретический и практический анализ продвижения торговых марок в информационном пространстве Республики Беларусь.

Работа была выполнена самостоятельно.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ

Дыпломная работа 60 с., 3 ч., 23 крыніцы, 2 прым.

ПУБЛІКАЦЫІ У СМІ, РЭКЛАМА, МАРКЕТЫНГ, ПРАСОЎВАННЕ, ПІЯР, БРЭНД, ГАНДЛЁВАЯ МАРКА, РЫБАЛОЎНЫЯ СНАСЦІ, TRAPER, SALMO, RS, САЦЫЯЛЬНЫЯ МЕДЫЯ.

Навізна і адпаведна актуальнасць даследавання тэмы прасоўвання гандлёвай маркі ў інфармацыйнай прасторы Рэспублікі Беларусь абумоўлена тым, што большасць навучальных дапаможнікаў па маркетынгу маюць парады, прызначаныя ў большай ступені для работнікаў гандлю, асноўны ўпор у іх робіцца на традыцыйныя віды рэкламы. Нас жа цікавіць пытанне прасоўвання гандлёвай маркі з пункту гледжання журналістыкі, г.зн. мастацтва схіліць чалавека на карысць пэўнага брэнда за кошт якасна вырабленага, паданага і лагічна абгрунтаванага кантэнту.

Акрамя таго, у сувязі з развіццём інфармацыйных тэхналогій, трансфармуюцца і метадыкі прасоўвання тавараў. Адпаведна літаратура 5-10-гадовай даўнасці па некаторых аспектах аказваецца ўжо састарэлай, некаторыя парады маюць патрэбу ў перагледзе.

Аб'ектам даследавання выступаюць гандлёвыя маркі, якія ажыццяўляюць продаж сваёй прадукцыі на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь. У прыватнасці разглядаецца вопыт прадвільнення трох брэндаў, якія займаюцца вытворчасцю і аптовым продажам рыбалоўных снасцей.

Прадметам даследавання з'яўляюцца розныя тэхналогіі прасоўвання гандлёвых марак у інфармацыйнай прасторы Рэспублікі Беларусь.

Мэта дадзенай працы – вывучыць тэхналогіі эфектыўнага прасоўвання гандлёвай маркі.

У якасці **метадаў даследавання** выкарыстоўваліся: сістэмны метада, метада кантэнт-аналізу і абстрактна-лагічны метада.

Практычная значнасць дадзенага даследавання вызначана тым, што яго вынікі здольныя ўнесці ўклад ва ўдасканаленне тэхналогій прасоўвання гандлёвай маркі ў інфармацыйнай прасторы Рэспублікі Беларусь.

Таксама пэўную цікавасць матэрыялы дадзенай працы могуць прадстаўляць для выкладчыкаў і студэнтаў факультэта журналістыкі.

У **выніку** даследавання быў праведзены тэарэтычны і практычны аналіз прасоўвання гандлёвых марак у інфармацыйнай прасторы Рэспублікі Беларусь.

Работа была выканана самастойна.

ABSTRACT ON THE THESIS WORK

Thesis work 60 p., 3 hrs., 23 sources, 2 appendix.

PUBLICATION IN THE MEDIA, ADVERTISING, MARKETING, PROMOTION, PR, BRANDS, TRADEMARKS, FISHING TACKLE, TRAPER, SALMON, RS, SOCIAL MEDIA.

The **relevance** of the research topics of branding in the information space of the Republic of Belarus due to the fact that most of the benefits of training include marketing tips designed more for workers of trade, the emphasis in them is on the traditional forms of advertising. We are interested in the issue of branding in terms of journalism, ie Art minded person in favor of a particular brand at the expense of well-made, and logically sound prepositional content.

Also in connection with development of information technologies, and methodologies are transformed promotional items. Accordingly, the literature 5-10 years old in some aspects is already outdated, some tips are in need of revision.

The object of the study are the trademarks, sells its products in the territory of the Republic of Belarus. In particular it examines the experience promoting three brands, engaged in manufacturing and wholesale fishing tackle. The author of this work in varying degrees, engaged in the promotion of each of these brands.

The subject of the study are different technologies of promotion of trade marks in the information space of the Republic of Belarus.

The purpose of this work – to study the technology of effective branding.

As **research methods** were used: systemic method, content analysis, and abstract-logical method.

The **practical significance** of this study is defined by the fact that its results can contribute to the improvement of technology branding in the information space of the Republic of Belarus.

Also of some interest materials of this work may be for teachers and students of the Faculty of Journalism.

The **study** was conducted theoretical and practical analysis of the promotion of trade marks in the information space of the Republic of Belarus.

The work was done independently.